

## **BAB 4**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1. Simpulan**

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut ini:

1. Audit pemasaran memiliki manfaat utama untuk meninjau kinerja pemasaran perusahaan pada periode waktu tertentu. Hal ini mampu dilakukan, karena audit pemasaran memberikan tinjauan terhadap seluruh lingkup pemasaran perusahaan, segala sesuatu yang dilakukan oleh bagian pemasaran perusahaan, sehingga dapat digunakan untuk mengukur kinerja yang telah dicapai oleh bidang pemasaran perusahaan.
2. Manfaat utama dari audit pemasaran untuk meninjau kinerja pemasaran perusahaan membuat ada bahan evaluasi penting bagi pemasar sehingga audit pemasaran mampu mendatangkan manfaat yang lain berkaitan dengan pemilihan strategi pemasaran yang terbaik, penggunaan peluang yang dimiliki untuk menghadapi ancaman yang ada terkait dengan bidang pemasaran, maupun melakukan analisis terhadap hal-hal yang berkaitan dengan biaya dan manfaat dari kegiatan pemasaran, sehingga biaya yang dikeluarkan tidak lebih banyak dari manfaat yang dimiliki.
3. Aplikasi dari kegiatan pemasaran hendaknya dilakukan oleh pihak yang bebas atau tidak dapat dipengaruhi oleh pihak yang lain meskipun dilakukan oleh karyawan dalam perusahaan sendiri atau menyewa jasa dari konsultan.

Hal ini dimaksudkan agar temuan yang diperoleh dari pengembangan kegiatan pemasaran bersifat obyektif atau netral, sehingga dapat dipertanggungjawabkan dan yang lebih penting lagi dapat digunakan sebagai evaluasi untuk perbaikan masa mendatang.

4. Tahapan penting yang harus dilalui dalam melakukan kegiatan audit pemasaran adalah: tinjauan terhadap misi dan visi pemasaran perusahaan, tinjauan terhadap posisi pemasaran perusahaan, tinjauan menyeluruh atau komprehensif terhadap lingkungan pemasaran, tata laksana pemasaran perusahaan, melakukan pengawasan kegiatan pemasaran beserta dengan evaluasi, serta melakukan pengawasan terhadap perbaikan yang dilakukan
5. Audit pemasaran akan mendatangkan manfaat bila dilakukan secara teratur pada periode tertentu, sehingga kekurangan yang terjadi dalam bidang pemasaran cepat dapat diatasi untuk perbaikan kinerja pemasaran perusahaan.

#### **4.2. Saran**

Saran-saran yang dapat dikemukakan berdasarkan pembahasan yang dilakukan adalah:

1. Audit pemasaran hendaknya mulai dipandang sebagai kegiatan yang penting dalam pemasaran agar mampu memperbaiki kinerja pemasaran untuk meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan.
2. Audit pemasaran hendaknya dilakukan pada periode tertentu sesuai kebutuhan dan dilakukan secara berkelanjutan.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alma, Buchari, 2002, ***Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa***, Cetakan Ke Lima, Alfabeta, Bandung.
- Boyd, H.W, O.C. Walker, dan J.C. Larreche, 2000, ***Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global***, Buku 2, Jakarta: Erlangga.
- Brownlie, D., 1999, ***Benchmarking Your Marketing Process, Long Range Planning***, Vol 32, No. 1, p: 88-95.
- Budiarto, T., dan W. Arafat, 2005, ***Audit Pemasaran untuk Pengembangan Efektivitas dan Kinerja Pemasaran***, *Kompak*, Nomor 2, Juli-Desember: 172-193.
- Hari, P., 2008, ***Strategi Pemasaran RSUD. dr. H. Moh Anwar di Sumenep Berdasarkan Audit Pemasaran***, *Tesis Universitas Airlangga*.
- Irawan, F. Wijaya, Sudjoni, 2001, ***Pemasaran: Prinsip dan Kasus***, Edisi Ke Dua, BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, P., 2000, ***Manajemen Pemasaran***, Edisi Milenium, Terjemahan, Buku Satu, Indeks, Jakarta.
- Meidawan, Neni, 1997, ***Management Audit: Strategi dan Perencanaan Organisasi yang Efektif***, *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 1, No. 1, Mei: 97-107.
- Morgan, N.A, B. H. Clark, dan R. Gooner, 2002, ***Marketing Productivity, Marketing Audits, and Systems for Marketing Performance Assesment Integrating Multiple Perspectives***, *Journal of Business Research*, 55, p: 363-375.
- Priscilla, P. dan H. Martani, ***Penerapan Audit Pemasaran pada Pin Bowling Alley dalam rangka Peningkatan Strategi Bersaing***, *Tesis Unika Atma Jaya*.
- Siagian, Sondang, P., 2001, ***Audit Manajemen***, Bumi Aksara, Jakarta.
- Tunggal, A.W., 2000, ***Management Audit Suatu Pengantar***, Rineka Cipta, Jakarta.